

ливо працює над культурою мовлення, має активну життєву позицію, є творчою, самостійною, упевненою у своїх силах і майбутньому своєї країни.

На заняттях з української мови за професійним спрямуванням ми вивчаємо ознаки літературної мови та її стилеві різновиди, основні поняття термінознавства, перекладознавства й лексикографії, особливості побудови й функціонування термінів, правила оформлення наукових праць і ділових паперів, особливості створення й редагування фахових текстів, користування довідковими джерелами інформації. Як бачимо, формування мовної культури майбутнього економіста складається зі взаємозалежних і взаємопов'язаних елементів усіх мовних рівнів (лексики, граматики, стилістики тощо). Усе це, на нашу думку, сприяє належній лінгвістичній підготовці випускників. Ми починаємо усвідомлювати, що мовна компетенція майбутнього економіста – важливий складник його фахової підготовки.

Отже, можемо зробити висновок: стати компетентними й конкурентоспроможними фахівцями неможливо без оволодіння культурою мовлення, культурою спілкування. Лише за цих умов можна досягти успіху в професійній сфері.

Сьомкіна О. О.
НТУ «ХП»

ІНШОМОВНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В РЕКЛАМНИХ СЛОГАНАХ

Функціонування численних запозичень у сучасній українській мові взагалі і в рекламних текстах зокрема ставить перед дослідниками нові завдання: з одного боку, всебічно вивчити вплив нової іншомовної лексики на систему української мови, а з іншого – виявити закономірності інтеграції запозичень у фонетичну, лексичну, словотвірну і граматичну системи мови-рецепієнта. При цьому найбільшою «щільністю» вживання іншомовних слів відзначається комерційна реклама, розміщена на сторінках «глянцевого» журналів. Наприклад, можемо спостерігати такі вклю-

чення: «Head & Shoulders» – голова та плечі, «Happy ранок» – щасливий ранок.

На першому етапі «проникнення» до лексичної системи реципієнта мови англійські запозичення передаються латинкою: Доступ до мережі «Internet» – це Ваші безмежні можливості у бізнесі, навчанні і просто в житті!

Головним ноу-хау цього ресурсу є можливість стати членом партії в режимі on-line, сидячи за комп'ютером. Лексему on-line можна тлумачити як «інтерактивний, під'єднаний». Таке написання свідчить про те, що лексема знаходиться на проміжному етапі запозичення. Вона вже фіксується у «Словнику іншомовних слів» із подвійним написанням: кирилицею (через дефіс і разом), що є свідченням проміжного етапу її засвоєння. У рекламних оголошеннях поряд із написанням лексеми internet латиницею, зустрічається також і написання лексеми кирилицею. Це свідчить про те, що лексема інтернет перебуває на стадії входження до лексико-семантичної системи сучасної української літературної мови.

Нерідко рекламне оголошення може вміщувати деякі варваризми для скорочення довжини рекламного оголошення: The Lexmark // All-in-One + подарунок // Справжній швейцарський ніж; Victorinox кожному, хто придбає багатофункціональний пристрій «Lexmark».

При вивченні рекламних матеріалів наших днів неважко помітити неравномірність розподілу запозиченої лексики в середині рекламного простору.

Удалих Г.С.
НМетАУ

РОЛЬ ПРОФЕСІОНАЛІЗМІВ У МОВНІЙ ПІДГОТОВЦІ ЕКОНОМІСТІВ

Мова – як фундамент, на якому побудовано суспільні відносини, як один із факторів самоорганізації нації, є важливим критерієм духовності, культури, освіченості народу і студентської молоді зокрема.